

Sommario

- 5 Introduzione
- 13 La radio come forma di comunicazione
Che cosa intendiamo per “radio”, 13 Perché la radio è differente, 21 Locale, nazionale, globale: geografia storica della radio, 34 Come è cambiata la radio, 40
- 49 La radio nel nuovo millennio: sfide e innovazioni
Il nuovo universo sonoro, 49 La radio cambia pelle? Prospettive della digitalizzazione, 54 La sfida di internet, 62 I terminali d’ascolto tra unificazione e moltiplicazione, 65
- 70 Modelli di emittenza, modelli d’impresa
L’industria radiofonica tra legislazione e mercato, 70 La radio privata in Italia. Strutture e modelli di rete, 79 La radiofonia pubblica, 87 Le radio comunitarie, 92 Fenomeni emergenti, 100 Pay Radio, 102
- 104 Fare la radio
Modelli di programmazione. I format, 105 La programmazione: dal testo al flusso (e ritorno?), 109 Il pubblico nel business della radio, 115 L’emittente e il suo pubblico: musica e segnali linguistici, 118 L’emittente e il suo pubblico: la costruzione di un’identità collettiva, 120 Le risposte, 121 Il pubblico che non c’è, 124 La pubblicità e le strategie commerciali, 126 Implicazioni delle nuove tecnologie, 134

- 138 Che cosa offre la radio
L'informazione, 139 I modelli dell'informazione: una classificazione, 140 La redazione radiofonica nell'era digitale, 144 Le agenzie d'informazione, 145 Alcune tendenze dell'informazione radiofonica nel nuovo millennio, 147 La radio utile, 150 La musica, 155 Una programmazione fortemente omologata, 156 I modelli più diffusi, 158 La presenza dei generi musicali, 161 L'intrattenimento, 165 Il testo, la musica, il flusso, 166 La convergenza in corso, 168 L'infotainment, 170 La personalità del conduttore, 173
- 177 Foto di gruppo: una mappa della radiofonia italiana, 2000-2005
Il nuovo corso della radiofonia pubblica, 177 Rai Radio1, 180 Rai Radio2, 186 Rai Radio3, 191 La radiofonia privata. L'ingresso dei grandi gruppi editoriali, 195 Il gruppo L'Espresso, 196 Il gruppo Il Sole 24 Ore, 201 Il gruppo Rcs, 203 Il gruppo Mondadori, 206 Gli altri gruppi, 209 Un cambiamento di ampia portata, 211 La persistenza delle radio locali, 213 Circuiti e syndication, 216 La radio comunitaria, tra religione e università, 219
- 225 Appendice
- 232 Bibliografia